

Les Deux

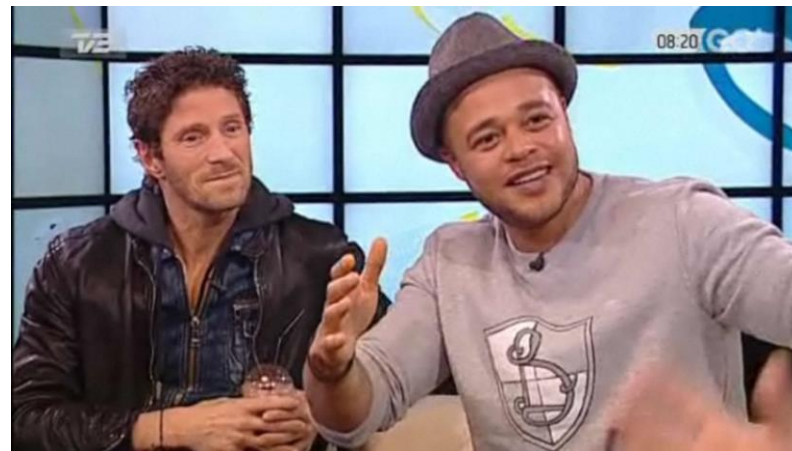
Alle vil udfordring igen vil forandring

Les Deux kort fortalt

Hvad er Les Deux og hvad betyder det

- 2009 – Andreas og Virgil skaber idéen
- 2010 – Første produkt bliver skabt
- 2011 – Les Deux ApS bliver stiftet
- 2012 – 100 butikker som maksimum
- 2013 – Vi dækker Skandinavien
- 2014 – NYC er målet
- 2015 – Hårdt år med opkøb af andre selskaber og eventyr i Japan
- 2016 – 40% vækst
- 2017 – vækst 50 %

Les Deux



Spørgsmål 1

På hvilke områder passer "alle vil udvikling, ingen vil forandring" på dig og din forretning? Hvilke faste overbevisninger, kæpheste og beslutninger har du svært ved at forandre?

Berettigelsen i markedet

Lifestyle brand

- Hvorfor er Les Deux bedre end andre tøjmærker?
 - Vi blev undervurderet af konkurrenterne
 - Viljen
 - Vi er ikke bange for de store (Ralph Lauren)
- Vores tøj er ikke anderledes, men vores historie er
 - Hver style har en historie, som vores kunde kan relatere til
 - Vi bygger relationer og drømme
- Oplevelsen er i fokus når vi sælger produktet
 - Produkter
 - Salgskanaler
 - Tilhørsforhold og loyale kunder
 - Mere end bare tøj, det er en livsstil

Spørgsmål 2

Hvis du ikke skulle have fokus på dit produkt, men alt det omkring produktet (service, livsstil, oplevelse etc), hvad ville du så fokusere på for at skabe mersalg

Online strategi

- 50/50 online and offline i 2020
- Ride the tiger – Strategy
 - Boozt
 - Zalando
 - Nelly
- SOME
 - Facebook (salgskanal/dataindsamler)
 - Instagram (internationalt Inspirationskatalog katalog)
 - Snapchat (every day feeling)
- Vi er hurtigere end medierne
 - Viral kampagne fra minut til minut
 - Realtime fungerer bedre f.eks. Wood Wood
 - Kopenhagen Fur
- 3 trin til nye markeder
 - Online – vi planter frøet
 - Fysisk – vi lader historien og hypen gro
 - Fysisk og online – Vi eksekverer (agenter og distributører)

Spørgsmål 3

Vi skal alle være online - find eksempler på en online til offline strategi for din forretning

Strategisk markedsføring



©Les Deux x Kopenhagen Fur

Les Deux og Kopenhagen Fur står bag sæsonens sejeste samarbejde

Streetwear og jersey møder klassisk pels. Se resultatet af et samarbejde mellem to danske brands, der burde have fundet sammen for længst

18. august 2016 af Diana Bjerregaard Kristensen [#kopenhagen fur](#) [#dansk design](#)

Op og nedture

Part of the game

- 48 butikker der smider os ud
- Main Copenhagen & Les Deux women
- By Nord – tab på 10.000.000
- Forkerte størrelser for 2.000.000 kr
- For sene leveringer der koster 500.000 kr.
- Stjålne sko – positiv presse

- Hvad har vi lært
 - Vi kører hardcore på selvom folk prøver at lægge os ned
 - Ting tager tid
 - You win some you loose some
 - Viden bliver brugt til nye

Les Deux sport



#plugin1406

#lesdeux